

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, sofjan. (2010). *Manajemen Permasaran* (10th ed.). Jakarta: Persada, RajaGrafindo.
- Brata, B. hadi, Husani, S., & Ali, H. (2017). The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4A), 357–374. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Gitosudarmo, & Indriyo. (2012). *Manajemen Pemasaran* (2nd ed.). Yogyakarta: Danang Sunyoto.
- Hasan, A. (2008). *Media Pressindo*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Jackson R.S, W. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Kotler, philip dan kevinlane keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Muhidin, S. A., & Abdurahman, M. (2007). *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian (Dilengkapi Aplikasi Porgram SPSS)*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nazir, M. (2009). *Metode Penelitian*. jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nour, M. I., Almahirah, M. S., Said, S. M., & Freihat, S. (2014). The Impact of Promotional Mix Elements on Brand Equity. *Scientific Reseach*, 8(2), 143–151. <https://doi.org/10.3968/4800>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. *JBMA*, IV(2), 60–69.
- Poluakan, W. S., Tewal, B., & Tawas, H. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Di Amurang). *Jurnal EMBA*, 5(2), 2313–2322.
- Priyatno, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sanusi, A. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Empat, Salemba.
- Sari, R. L., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2014). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal EMBA*, 2(2), 1222–1232.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (1st ed.). Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F., Chandra, G., & Adriana, D. (2008). *Pemasaran Strategik*.

Yogyakarta: Andi.

Wibowo, Agung edy. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.

Zulhelmi, & Albert. (2016). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sparepart Sepeda Motor Merek Strong Di Pekanbaru. *Procuratio*, 4(3), 385–404.